



**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP
EKUITAS MEREK PADA *BLACKBERRY***

(Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**Devi Aramita
201211276**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA BLACKBERRY

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus yang menggunakan *Handphone*
Merek *Blackberry*)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengaji Ujian

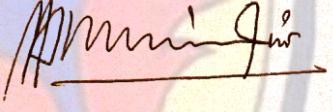
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Tanggal, 2016

Mengetahui
Ketua ProgDi

Pembimbing I


NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501


Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
NIDN. 0608086402

Mengetahui
Dekan,

Pembimbing II


Dr. HAMOCHAMAD EDRISS, Drs, MM
NIDN. 0618066201


IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu. (Q.S Al Insyirah : 6-8)

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”
(Al-Baqarah: 153)



PERSEMBAHAN :

1. **Kedua orang tuaku tercinta.**
2. **Saudara-saudaraku tercinta.**
3. **Teman-teman.**
4. **Almamater UMK.**

KATA PENGANTAR

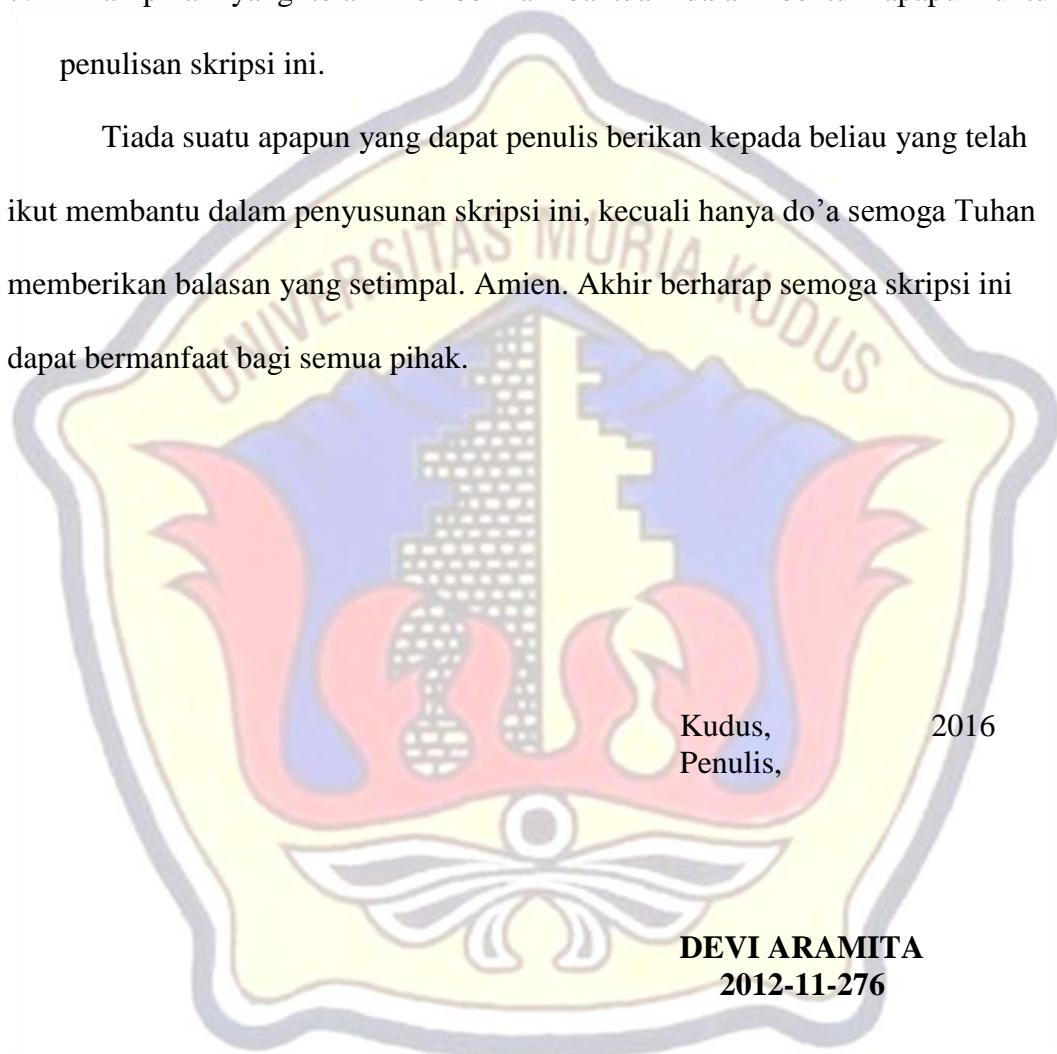
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek pada *Blackberry*. (Studi pada mahasiswa Universitas Muria Kudus). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua ProgDi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
4. Iwan Suroso, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)

**DEVI ARAMITA
NIM. 2012-11-276**

Pembimbing : 1. Dr. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek pada mahasiswa Universitas Muria Kudus yang menggunakan *handphone* merek *Blackberry*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen citra merek dan sikap merek, variabel dependen yaitu: ekuitas merek. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 50 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *coding*, *editing* dan *tabulating* dan proses *input* dengan program komputer SPSS. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, dan analisis validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh positif dan signifikan citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek. Berdasarkan hasil uji F, citra merek dan sikap merek berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci : Citra merek, sikap merek dan ekuitas merek

**EFFECT OF BRAND IMAGE AND ATTITUDE TOWARDS BRAND BRAND
EQUITY**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)

**DEVI ARAMITA
NIM. 2012-11-276**

Pembimbing : 1. Dr. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

This study aimed to analyze the influence of brand image and brand attitudes toward the brand equity in Muria Kudus University students who use the Blackberry brand mobile phone. The variable in this study is the independent variable of brand image and brand attitude, the dependent variable is : brand equity. The types and sources of data include primary and secondary data, the sample of 50 respondents, gathering data using questionnaires, data processing include: coding, editing and tabulating and input process with SPSS. Data analysis using descriptive analysis and statistical analysis, and analysis of the validity and reliability, the classic assumption test and regression analysis.

Based on the analysis of data on the effect of brand image and brand attitudes towards brand equity, it can be concluded as follows : There is a positive and significant impact brand image and brand attitudes toward the brand equity. Based on the test results F, brand image and brand attitude positive and significant impact .

Keywords : brand image , brand attitude and brand equity

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| RINGKASAN / ABSTRAKSI..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| <i>DAFTAR TABEL</i> | x |
| <i>DAFTAR GAMBAR</i> | xi |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup..... | 7 |
| 1.3. Perumusan Masalah | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1. Pengertian Merek..... | 10 |
| 2.2. Pengertian Ekuitas merek | 11 |
| 2.3. Pengertian Citra merek | 16 |
| 2.4. Pengertian Sikap Merek..... | 17 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.6. Hubungan antar variabel..... | 24 |
| 2.7. Kerangka Pemikiran | 26 |
| BAB. III. METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1. Desain Penelitian | 27 |
| 3.2. Variabel Penelitian..... | 27 |
| 3.3. Definisi Operasional | 28 |
| 3.4. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data..... | 31 |
| 3.6. Uji Instrumen | 32 |
| 3.7. Metode Pengumpulan Data..... | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 3.8. Metode analisis data..... | 37 |
| 3.9. Analisis Regresi | 38 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1. Deskripsi Obyek Penelitian | 41 |
| 4.2. Penyajian data | 48 |
| 4.2.1. Jenis Kelamin | 48 |
| 4.2.2. Usia..... | 49 |
| 4.2.3. Tanggapan Responden Variabel Citra Merek | 50 |
| 4.2.4. Tanggapan Responden Variabel Sikap Merek | 51 |
| 4.2.5. Tanggapan Responden Variabel Ekuitas Merek | 52 |
| 4.3. Analisis Data | 53 |
| 4.4. Analisis Regresi..... | 53 |
| 4.5. Pengujian Hipotesis Parsial | 54 |
| 4.6. Pengujian Hipotesis Berganda | 57 |
| 4.7. Uji Diterminasi..... | 58 |
| 4.8. Pembahasan | 59 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 62 |
| 5.1. Kesimpulan | 62 |
| 5.2. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |
| <i>LAMPIRAN</i> | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1.1. Penjualan BlackBerry | 4 |
| 1.2. Top Brand Index | 5 |
| 3.1. Hasil uji validitas citra merek..... | 34 |
| 3.2. Hasil uji validitas sikap merek | 34 |
| 3.3. Hasil uji validitas ekuitas merek | 35 |
| 3.4. Uji reliabilitas | 35 |
| 4.1. Jenis Kelamin | 48 |
| 4.2. Usia..... | 49 |
| 4.3. Frekuensi variabel citra merek | 50 |
| 4.4. Frekuensi variabel sikap merek | 51 |
| 4.5. Frekuensi variabel ekuitas merek | 52 |
| 4.10 Hasil uji parsial..... | 53 |
| 4.11. Hasil Uji Hipotesis | 54 |
| 4.12. Hasil uji berganda..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Lima Dimensi Pembentuk Ekuitas Merek..... | 14 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis | 26 |

